

Management des Equipements, de la Distribution et des Evènements Sportifs



Etre capable de :

- **piloter** une stratégie marketing performante dans le secteur du sport
- **manager** dans un environnement inter-culturel et international
- **comprendre** les spécificités du secteur sport dans le management des marques et de la distribution
- **intégrer** les tendances de fond pour anticiper les évolutions.



Inscription et tarifs

- **PRÉ REQUIS :**

Niveau bac +3 minimum avec au moins 5 années d'expérience professionnelle

- **ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP :**

Pour toute personne en situation de handicap, un plan d'accompagnement de l'étudiant handicapé (PAEH) peut vous être proposé.

Contact : handicap.etudiant@universite-paris-saclay.fr

- **INSCRIPTION :**

Du 8 juillet au 31 décembre 2025

- **TARIFS :**

Possibilités de financement : employeur, organisme financeur, France Travail.

Pour les candidats financés : 4450€* plus 397€* de droits d'inscription, tandis que les non financés se verront appliquer un tarif de 3600€* plus 397€* de droits d'inscription.

- **MODALITÉS DE CANDIDATURE :**

Dépôt de candidature sur **la plateforme e-candidat** : <https://ecandidat.universite-paris-saclay.fr/ecandidat> du 21 mai au 25 juillet puis du 19 août au 19 décembre 2025.

- **SEUIL D'ADMIS MINIMUM :** 15 candidats

4450€*

397€*
Droits d'inscription

*Les tarifs ne sont pas assujettis à la TVA

Publics concernés

- **Professionnels du sport business** avec expérience professionnelle souhaitant approfondir leurs connaissances du secteur, monter en compétences et/ou s'ouvrir à l'international.
- **Professionnels en activité dans un autre secteur que le sport** souhaitant appréhender les spécificités du secteur en vue d'une éventuelle reconversion.

Dates

JANVIER À JUILLET 2026

- 8 au 10 janvier
- 29 janvier au 1^{er} février
- 26 au 28 mars
- 16 au 18 avril
- 28 au 30 mai
- 11 au 13 juin
- 4 au 6 juillet

Format

- **6 séminaires de 3 jours** : du jeudi au samedi
- **Durée de 126 heures**
- **En présentiel** pour favoriser les interactions avec les intervenants et les échanges avec les participants

Lieu des enseignements

19, rue du Renard
75004 Paris

Responsable de la formation

Pr Christopher HAUTOIS

christopher.hautbois@universite-paris-saclay.fr

Présentation

Le seul diplôme reconnu sur le plan universitaire proposant une approche complète des enjeux actuels du sport business : équipementiers sportifs, distribution, événements, management et tendances de fond du secteur

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- **Penser** les enjeux et les étapes d'une stratégie marketing dans le sport
- **Comprendre** les objectifs d'une stratégie événementielle sportive
- **Maitriser** la complexité d'une stratégie de distribution multi-canal dans le secteur du sport
- **Intégrer** les contraintes d'un management inter-culturel
- **Identifier** les spécificités de la distribution dans le secteur du sport
- **Maitriser** le développement d'une marque de sport à l'international

PROGRAMME DE LA FORMATION

Unité d'enseignement 1 Marketing du sport

20 heures dont 15 heures de cours magistraux et 5 heures de travaux dirigés

- Introduction au sport business (tendances, acteurs, majeurs, les marques)
- Marketing du sport, géopolitique et économie. Cartographie des secteurs et acteurs
- Marketing du sport, développement durable et RSE : quelles évolutions ?
- Le marketing réussi d'une fédération : le cas de la Fédération Française du Football
- Sport business, innovation, digital, IA et nouvelles technologies
- Évaluation du module : présentations

Unité d'enseignement 2 Équipementiers

30 heures dont 10 heures de cours magistraux et 20 heures de travaux dirigés

- Marques et Stratégies globales : focus sur les Big 3 «Nike /Adidas/Puma»
- Stratégie de communication des équipementiers (Globale, Régionale, Locale)
- Stratégie de lancement d'une nouvelle marque. Déploiement d'une nouvelle marque en France
- Extension d'une marque vers l'international. Valeur ajoutée du « Made in France »
- Global vs Local / «Think Global, Act Local» Comment bien fonctionner des deux cotés ?
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe





Unité d'enseignement 3 **Distribution**

30 heures dont 5 heures de cours magistraux et 25 heures de travaux dirigés

- Evolution du Retail, les distributeurs, leur stratégie (Focus sur Decathlon et Intersport)
- L'approche «Phygital» de la distribution sport : comment réussir sa stratégie «multicanale» ?
- Stratégie de commercialisation : gestion d'un grand compte, organisation et gestion d'une force de vente
- Réussir le lancement d'une marque dans la distribution sport en France
- Développer une marque à l'international via la distribution
- Rôle croissant des marketplaces et du direct to consumer
- Stratégie d'ouvertures de magasins et animation du réseau de boutiques
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

Unité d'enseignement 4 **Evènementiel**

40 heures dont 20 heures de cours magistraux et 20 heures de travaux dirigés

- Introduction : l'évènementiel sportif bouleversé par les enjeux du développement durable
- La conception d'un événement sportif.
- Les fonctions préparatoires et les fonctions spécifiques pour la réussite d'un événement sportif
- Enjeux logistiques et optimisation d'un événement sportif : le cas du Tour de France
- La phase opérationnelle d'un événement sportif et les bilans
- Evaluation orale du cours d'évènementiel sportif : présentation orale en groupe

Unité d'enseignement 5 **Management**

30 heures dont 5 heures de cours magistraux et 25 heures de travaux dirigés

- Attractivité du secteur du sport, opportunités et limites pour les managers
- Management de structures sportives : les bonnes pratiques et les difficultés du secteur
- Secteurs comparables (Edition, cinéma, musique, BD) et enseignements pour le secteur du sport
- Manager une start up dans le secteur du sport ; créer, développer sa propre start up)
- Management d'un club professionnel au sein des ligues professionnelles
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

Unité d'enseignement 6 **Tendances du secteur**

40 heures dont 20 heures de cours magistraux et 20 heures de travaux dirigés

- Les nouveaux enjeux sociétaux du sport (santé, mobilité, intégration, développement durable et exemplarité)
- Sport et Entertainment, une nouvelle façon de vivre et de pratiquer ? focus sur le Esport
- Sport et Data : L'apport de la data au sport. Comment gérer l'arrivée de l'AI dans le sport ?
- L'innovation dans le sport : focus sur la sport Tech. Comment générer et développer l'innovation ?
- Quelles opportunités de business en dehors des activités traditionnelles ? L'exemple du tourisme sportif
- Evaluation du module : présentation orale d'une étude de cas en groupe

MÉTHODES MOBILISÉES

Travail en groupes ou individuel, études de cas, mises en situation.

VALIDATION DU DIPLÔME

Les conditions d'obtention du diplôme reposent sur :

- **L'assiduité** (présentiel obligatoire)
- **L'obtention de la moyenne** dans au moins 5 des 6 modules (sans aucune note inférieure à 8/20)

LES + DE LA FORMATION

- Formation à 360° du sport business
- Un volet fort et original sur la production et la distribution d'articles de sport
- Des intervenants de haut-niveau spécialisés issus des secteurs de l'industrie et des services
- De nombreuses études de cas pour acquérir des savoirs et des savoir-faire immédiatement mobilisables

DÉBOUCHÉS ET POURSUITE D'ÉTUDES

- Préparation mentale et gestion du stress en milieu sportif, scolaire, en entreprise et gestion de crise pour les professions à risque.
- Les candidats soutenant ce DU pourront poursuivre dans le nouveau master international EOPS (Entraînement et Optimisation de la Performance Sportive) sous condition.

Compétences visées

- **Elaborer et mettre en œuvre** une stratégie marketing performante d'un acteur du sport
- **Comprendre** les enjeux rencontrés par les équipementiers et apporter des réponses pertinentes
- **Intégrer** les spécificités de la distribution dans le domaine du sport
- **Prendre en charge** la stratégie d'un distributeur notamment dans sa dimension « multi-canal » et internationale
- **Comprendre, intégrer et déployer** une stratégie événementielle dans ses différents aspects
- **Appréhender** des situations managériales complexes, notamment inter-culturelles, non-hiérarchiques ou à distance
- **Comprendre et intégrer** dans vos stratégies les tendances majeurs du secteur (data, IA, RSE, etc.)





Vos intervenants

Jacques d'Arrigo, *Président SPORT TECH France*

Justine Birot, *Consultante senior THE SHIFT PROJECT*

Christophe Cance, *Directeur général PUMA France*

Patrick Daniels, *Président exécutif-Fondateur AERTH*

Philippe Dardelet, *Consultant senior SPORT VALUE, Professeur attaché UNIVERSITE PARIS-SACLAY*

Michel Desbordes, *Professeur de marketing du sport UNIVERSITE DE LAUSANNE*

Gaspard Espitalier, *Président exécutif-Co-fondateur MAUNA*

Stijn Jacobs, *Directeur OKUDEN*

Benoit Lavallée, *Directeur programmation STADE DE FRANCE*

Olivier Lorans, *Directeur DECKERS group*

Emmanuel Lorenzato, *Head of SPYDER Europe*

Michel Mimram, *Ex. directeur marketing PSG, Ex. directeur général LIGUE NATIONALE DE BASKET*

Jacky Rihouet, *Ex. président INTERSPORT*

Cyril Sabran, *Ex. directeur logistique PARIS 2024*

Julien Van Theemsche, *Consultant senior SPARTNER*

François VASSEUR, *Directeur marketing FEDERATION FRANCAISE DE FOOTBALL*

CONTACTS

Responsable pédagogique

Pr Christopher HAUTOBOIS

christopher.hautbois@universite-paris-saclay.fr

Responsable administrative

Norine COUSSOT

fc.staps@universite-paris-saclay.fr

Tél. : +33 (0)1 69 15 30 79



